



ARTICULO

Empresa:

GERENTEDENEGOCIOS.COM

Proyecto:

**BPO, ENCARGADOS
DE LLEVAR A FELIZ TERMINO LA
EXPERIENCIA DEL CLIENTE**

GERENTEDENEGOCIOS.COM S.A.S

www.gerentedenegocios.com – ventas@gerentedenegocios.com – Tel: (57-1) 5302822

BPO, ENCARGADOS DE LLEVAR A FELIZ TÉRMINO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE



Ricardo Lozano,
director general
de Gerentede
Negocios.com.

Hoy no cabe duda de la fuerza que tiene la tecnología. El problema ya no son las herramientas *per se*, pues, en su mayoría, todas las compañías cuentan con una infinidad de herramientas con las que podrían lograr sus objetivos. El gran reto está, precisamente, en saber para qué sirve cada herramienta, cómo funciona y sus capacidades.

GerentedeNegocios.com 

www.gerentedenegocios.com

El desconocimiento sobre la manera de utilizar las herramientas tecnológicas es capaz de bloquear y/o limitar la ejecución de las estrategias de una compañía. Precisamente, con el objetivo de que eso no ocurra y que, al contrario, las empresas lleven a feliz término todas sus estrategias, con las tecnologías adecuadas para los procesos necesarios, nacen los BPO de comunicación digital (*business process outsourcing*).

Este grupo de personas hace parte del área *Te hacemos*, de la compañía *GerentedeNegocios.com*, y su objetivo es, precisamente, hacer realidad las ideas y todo lo que se planea desde la estrategia. Son quienes se encargan de llevar a feliz término la experiencia del cliente final, que es la razón de ser de las compañías independientemente de su *core* de negocio: ofrecer a sus clientes experiencias que respondan a sus necesidades y que, por supuesto, le den un ROI a la marca.

"Hay una cantidad de tecnología que tienen las organizaciones y que no saben cómo se administra. Por eso, las mesas de ayuda, por medio de los BPO, se encargan de administrar y operar esa tecnología bajo el modelo de *outsourcing*. Para ejemplificar, un *outsourcing* tecnológico podría ser un *call center* porque tú, como empresa, entregas toda la operación de las llamadas entrantes y/o salientes a otra compañía. Eso mismo sucede hoy en tecnologías que tienen contacto con el usuario. Y ahí es donde nosotros aparecemos", explica Ricardo Lozano, director general de Gerentedenegocios.com.

Perfiles de BPO de comunicación digital

El equipo que compone BPO incluye diseñadores, ingenieros, arquitectos de datos y analítica, entre otros.

"Nosotros accionamos las estrategias: hubo alguien que definió el contenido, otros decidieron la estrategia y nosotros ejecutamos todo eso. Entonces, si ellos quieren que la estrategia vaya por *mail*, nuestra función como BPO es lograr que efectivamente vaya por *mail*", indica Lozano.

Estos BPO de comunicación digital atienden todos los sectores, pues es innegable la necesidad de máquinas que ejecuten las estrategias con sus infinitas herramientas tecnológicas. Ricardo aclara que la labor de los BPO no compite, en ningún sentido, con agencias de publicidad, más bien estos *business process outsourcing* se encargan de llevar a feliz término todas esas ideas y planes que se plantean en las agencias, en compañía de los anunciantes y aclara, también, que no son solo mercadeo, pues sus capacidades les permiten apoyar otro tipo de procesos, usando tecnologías de la información.

Aunque se cree que la tecnología y la automatización relegan al ser humano y, de alguna manera lo reemplazan, los BPO de comunicación digital son una muestra de que la tecnología efectivamente es la herramienta que permite comunicar, pero las personas siguen siendo necesarias para que se logren los objetivos planteados, ya que con sus conocimientos se encargan de hilar, analizar, revisar y ejecutar esas herramientas para que funcionen adecuadamente y den los resultados esperados.

Otras maneras de entender a los BPO de comunicación digital

¿Qué ejecutan?

- Tú, como compañía, quieres que tus audiencias vivan una experiencia agradable (notificaciones cuando hiciste un retiro en el cajero, mensajes de descuento, de agradecimiento, por ejemplo). Los BPO de comunicación digital se encargan de lograr, precisamente, que el usuario final tenga la experiencia esperada.
- Somos la compañía que mueve los hilos necesarios para que el cliente final reciba la experiencia deseada.
- Las experiencias obviamente dependen del *core* de cada negocio (un extracto bancario, un mensaje de texto...).
- Las personas se imaginan cosas, los BPO son responsables de plasmar esa imaginación, esos sueños, de ejecutar esas ideas.
- El BPO como *back*, ejecutor. El cliente dice: "quiero este tablero así" y el BPO revisa si hay datos y cómo puede conectarlos.
- *Business intelligence*.



TRES DE LOS MOMENTOS DE LA COMUNICACIÓN EN LOS QUE PARTICIPAN LOS BPO DE COMUNICACIÓN DIGITAL:

- 01 **Datos:** es entender toda la infraestructura de *data*, que incluye pensar: cómo logro que una máquina entienda a la otra.
- 02 **Información:** en este proceso se puede ver cómo los datos comienzan a cobrar valor.
- 03 **Conocimiento:** intercambio de información. Es posible segmentar, comparar datos y analizarlos.

GERENTEDENEGOCIOS.COM S.A.S

www.gerentedenegocios.com – ventas@gerentedenegocios.com – Tel: (57-1) 5302822

Publicado en Revista P&M



CONOCE MAS SOBRE NOSOTROS Y
NUESTROS PROYECTOS DE

BUSINESS DIGITAL TRANSFORMATION

Gerente de Negocios ^{.com} 

GERENTEDENEGOCIOS.COM S.A.S

www.gerentedenegocios.com – ventas@gerentedenegocios.com – Tel: (57-1) 5302822